

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	7
1.1 Relevanz des Themas	7
1.2 Zielsetzung der Arbeit	9
1.3 Aufbau der Arbeit	11
2 Buchverlage im Wandel	13
2.1 Definition Buchverlag	13
2.2 Entwicklung der Buchverlage	15
2.3 Die Digitalisierung als Herausforderung für Buchverlage	17
3 Das Medium Buch in Zeiten der Digitalisierung	24
3.1 Bedeutung und Wandel des Mediums Buch	24
3.2 Möglichkeiten für Buchpublikationen durch die Digitalisierung	28
3.3 Herausforderungen für Buchverlage durch neue digitale Konkurrenten	32
4 Begriffsbestimmung und Merkmale Social Media	39
4.1 Definition Social Media	39
4.2 Beispiele für Social Media Netzwerke	42
4.3 Ziele und Vorteile von Social Media	48
4.4 Social Media als Marketinginstrument	53
5 Status quo der Nutzung von Social Media durch Buchverlage	58
5.1 Wie Buchverlage Social Media nutzen können	58
5.2 Wie Buchverlage Social Media im Jahr 2013 einsetzen	67

6 Zukunftsperspektiven für Buchverlage im digitalen Zeitalter	87
6.1 Zukünftige Erlösmodelle für Buchverlage	87
6.2 Perspektiven für Nutzung von Social Media in Buchverlagen	102
6.3 Ausblick auf die Buchverlagslandschaft in der digitalen Zukunft	109
7 Fazit	116
Literatur- und Quellenverzeichnis	119